



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Program Studi Penyiaran  
Aldwin Setya Pratama  
44116210008

Pengaruh Tayangan *Closing Bell CNBC Indonesia* Pada Media Youtube terhadap Minat Karyawan untuk Berinvestasi (Survei Pada Karyawan PT Wijaya Karya (Persero) Tbk.)

Bibliografi : 5 Bab 64 Halaman 8 Lampiran + 30 Buku

#### ABSTRAK

Pesatnya perkembangan media massa di era sekarang membuat kehidupan masyarakat semakin berubah, terutama dalam bisnis. Perkembangan media massa membuat sejumlah cara untuk memperlancar bisnis kini semakin mudah terutama dalam bidang korporasi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan mengetahui seberapa besar pengaruh tayangan program *Closing Bell* di *CNBC Indonesia* terhadap minat karyawan untuk berinvestasi. Teori yang dipakai adalah teori efek komunikasi massa yang mengacu kepada kognitif, afektif, dan behavioral.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif bersifat eksplanatif. Pengumpulan data menggunakan metode survei dengan paradigma positivisme. Survei dilakukan di kantor pusat PT Wijaya Karya (Persero) Tbk dengan jumlah responden sebanyak 55 orang. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik purposive sampling.

Peneliti melakukan uji validitas dengan hasil seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid. Uji reabilitas menyatakan reliabel karena berada diatas 0.600. Peneliti juga memperoleh hasil korelasi yang berada diangka 0.524 yang artinya angka tersebut dikategorikan korelasi sedang cenderung kuat. Hasil uji koefisien diperoleh t hitung pada sebesar 4.474 dan ANOVA diperoleh F hitung sebesar 20.035 dengan signifikasi  $0.000 < 0.05$ . Secara hipoteses  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Kata Kunci: Tayangan, Youtube, Minat, Karyawan



Mercu Buana University  
Faculty of Communication  
Program Study of Broadcasting  
Aldwin Setya Pratama  
44116210008

*The Effect of CNBC Indonesia Closing Bell Impressions on Youtube Media on Employee Interest in Investing (Survey of Employees of PT Wijaya Karya (Persero) Tbk.)*  
Bibliography : 5 Chapter 64 pages 8 appendices + 30 Books

#### **ABSTRACT**

*The rapid development of mass media in the current era has changed people's lives, especially in business. The development of mass media has made a number of ways to streamline business more easily, especially in the corporate field.*

*The purpose of this study was to examine and find out how much influence the program of the Closing Bell program on CNBC Indonesia has on the interests of employees to invest. The theory used is the theory of the effects of mass communication that refers to cognitive, affective, and behavioral.*

*This research uses an explanatory quantitative approach. Data collection uses survey method with positivism paradigm. The survey was conducted at the head office of PT Wijaya Karya (Persero) Tbk with 55 respondents. Data were collected using purposive sampling technique.*

*The researcher conducted a validity test with the results of all items being declared valid. The reliability test is reliable because it is above 0600. The researcher also obtained the correlation result which was in the number 0.524 which means that the number was categorized as moderate correlation which tended to be strong. The coefficient test results obtained t count at 4.474 and ANOVA obtained F count at 20.035 with a significance of  $0.000 < 0.05$ . In hypothesis  $H_0$  was rejected and  $H_a$  was accepted.*

*Keywords: Impressions, Youtube, Interests, Employees*